

1//689981(039)

Е. Ф. Авдокушин, М. В. Жариков



Страны БРИКС
в современной
мировой экономике

магистр

Оглавление

| | |
|---|------------|
| Предисловие | 7 |
| Вместо введения: интеграционные группировки как фактор развития глобализационных процессов | 12 |
| ГЛАВА | |
| 1 | |
| Феномен стран БРИКС. Причины и предпосылки возвышения стран БРИКС в начале XXI в. | 23 |
| 1.1. Классификация стран БРИКС. Трансформация БРИК в БРИКС | 23 |
| 1.2. Теоретические предпосылки объединения Бразилии, России, Индии и Китая в группировку стран БРИК. Обоснование состоятельности прогноза инвестиционного банка Goldman Sachs | 37 |
| 1.3. Страны БРИКС как развивающиеся финансовые рынки. Поведение стран БРИКС на волне нового протекционизма | 44 |
| 1.4. Выход Бразилии на путь становления как одной из ведущих национальных экономик в мире | 77 |
| 1.5. Проблемы экономического роста в России. Причины и предпосылки отставания России от Бразилии, Индии и Китая по темпам экономического развития | 88 |
| 1.6. Модернизация экономики Индии, минуя этап индустриализации | 97 |
| 1.7. Возвышение Китая как ведущего государства новой мировой экономики | 105 |
| 1.8. Южно-Африканская Республика как субъект международных экономических отношений в рамках группировки стран БРИКС | 112 |
| ГЛАВА | |
| 2 | |
| Международные корпорации стран БРИКС как носители транснационализации их национальной экономики | 121 |
| 2.1. Место и роль международных корпораций стран БРИК в новой мировой экономике | 121 |
| 2.2. Специфика развития и этапы транснационализации международных корпораций стран БРИКС | 143 |
| ГЛАВА | |
| 3 | |
| Инструменты экспансии международных корпораций стран БРИК на внешние рынки | 170 |
| 3.1. Специфика формирования стратегий экспансии корпораций стран БРИК на внешние рынки | 170 |

| | |
|--|-----|
| 3.2. Корпоративные стратегии международных корпораций стран БРИК | 176 |
| 3.3. Конкурентные стратегии международных корпораций стран БРИК | 193 |
| 3.4. Инвестиционные, или финансовые, стратегии международных корпораций стран БРИК | 209 |
| 3.5. Маркетинговые стратегии корпораций стран БРИК | 229 |

ГЛАВА

4

| | |
|---|------------|
| Развитие стратегий международных компаний стран БРИК . . . | 268 |
| 4.1. Инновации в деятельности крупнейших корпораций стран БРИК как средство повышения их международной конкурентоспособности | 268 |
| 4.2. Создание продуктов высокой стоимости корпорациями стран БРИК | 288 |
| 4.3. Страны БРИКС в условиях современного глобального кризиса | 305 |
| 4.4. Формирование адаптационных стратегий корпораций стран БРИК как реакция на негативные последствия современного глобального финансово-экономического кризиса | 317 |
| Вместо заключения: гипотеза интеграции стран БРИКС | 340 |
| Литература | 362 |

Приложения

| | |
|--|-----|
| <i>Приложение 1.</i> Отраслевая структура крупнейших компаний стран БРИК по сравнению со странами «Большой семерки» в 2007—2008 гг. и их роль в создании валового продукта на уровне мировой и национальной экономики на основании данных журнала Forbes | 383 |
| <i>Приложение 2.</i> Рейтинг 300 крупнейших компаний стран БРИК (по уровню валового дохода на 31 декабря 2008 г. в соответствии с авторскими данными при сравнении с версией журнала Forbes от 8 апреля 2009 г.) | 392 |
| <i>Приложение 3.</i> Отраслевая структура корпоративного сектора стран БРИК на конец 2008 г., сформированная на основе авторских данных, полученных при анализе финансовых отчетов предприятий указанных стран | 417 |
| <i>Приложение 4.</i> Репрезентативная выборка корпораций стран БРИК в соответствии с критерием основных элементов их корпоративной политики | 420 |